

в цілому, добір дискурсів, мовленнєвих жанрів, мовленнєвих актів, кроки розгортання діалогу, шляхи та засоби аргументації, впливає на реєстр, тональність й атмосферу спілкування.

Далі вбачаємо логічним розглянути відомі теоретичні положення аргументації у контексті окресленої проблеми. Відомо, що мовна аргументація постає як особливий ціннісно-орієнтований макротип мовленнєвого акту, що має свої специфічні умови успішності, ілюкотивну мету – вплинути на вибір адресата у процесі прийняття рішення – і складну внутрішню структуру: аргументи A_1, \dots, A_n і тезу T [3: 41; 4: 249]; це спосіб мовленнєвого впливу на адресата за допомогою тез й аргументів, у результаті якого у модель світу адресата вводяться нові знання з метою безпосереднього впливу на процес прийняття ним тих чи інших рішень [4: 250]. До того ж, аргументація є формою діяльності людини, що слугує виправданню чи спростуванню точки зору, у якій вона реалізує себе як мовна особистість і в якій задіяно увесь її кругозір, систему цінностей і здоровий глузд, комунікативні навички й логічну культуру, її епістемічний та емоційний стани, соціальні параметри аргументативної ситуації [5: 4, 11; 6: 3; 7]. Власне аргументація передбачає, що аргументатор повинен повністю довести свою точку зору і впевнити / переконати опонента.

За визначенням Г.А. Брутяна, аргументація є способом роздуму, у ході якого висувається певне положення як теза, що доводиться: розглядаються докази на користь її істинності та можливі протилежні докази; дається оцінка передумов і тези; доводиться теза й заперечується антитеза [8: 7]. Ф.Х. ван Емерен вважає, що аргументація – це макромовленнєвий акт, який складається із сукупності тверджень, призначених для обґрунтування чи спростування висловлюваної думки та спрямованих на переконання у правильності певної точки зору, у її прийнятності чи неприйнятності [9]. У ході аргументації мовець дійсно прагне якомога зрозуміло подати свою точку зору, ігноруючи у деяких випадках можливі наслідки своїх доказів та реакцію адресата [6: 5].

Як когнітивний процес аргументація пов'язана із взаємодією систем сприйняття, репрезентації і продукування інформації (див.: [10]). У такому контексті аргументація виступає ментальним процесом, що супроводжується викликом із пам'яті, з бази знань узагальнюючих фреймів, у результаті чого активізується тезаурусна частина інформації для пошуку релевантних аргументів з метою забезпечення доказовості точки зору та її переконливості. Аргументація, таким чином, є частиною загальної моделі діяльності людини, а аргументативний процес – способом обробки переконань у когнітивній системі індивідуума.

Стверджується також, що будь-яка аргументація є засобом, спрямованим на зміну тих чи інших фрагментів картини світу адресата через вплив на його логічне мислення. Людина, вступаючи в комунікацію, часто ставить перед собою мету не тільки проінформувати співрозмовника, спонукати його до якоїсь певної дії, а й одночасно аргументувати свою точку зору (погляд), спростувати інші.

Беручи до уваги те, що аргументація – це вербальна аргументативна комунікація, Н.С. Бардіна інтерпретує аргументативний дискурс як вербалізацію ментального процесу учасників соціальної взаємодії, що має форму написаних чи вимовлених висловлювань на захист тієї чи іншої точки зору для реалізації ілюкотивних цілей і характеризується такими особливостями: цілеспрямованістю і послідовністю; багатоступінчастою системою взаємодій інтенцій комунікантів, які використовують певний набір мовленнє-

вих актів; певною структурою та наявністю дискурсивних компонентів – мети, стратегій, жанрів, учасників (їх ролей і соціального статусу) [11]. Разом з тим, аргументація точки зору розуміється як природній динамічний комунікативний процес, спрямований на переконання опонентів та аудиторії в правомірності висунутої мовцем точки зору (позиції), а також вироблення компромісу з обговорюваної проблеми. Процес переконання відбувається за допомогою різноманітних прийомів мовленнєвого впливу. При цьому процедура аргументування має стратегічний характер і спирається на логічне, когнітивне й прагматичне підґрунтя. Аргументація становить сукупність аргументів, які реципієнт оцінює за принципом релевантності і вагомості внеску аргументу у вирішення конфлікту.

Викладене показує, що аргументація може розглядатися як спосіб репрезентації точки зору мовця на бачення / розуміння оточуючого світу та засобу переконання у ній адресата. При цьому сукупність конкретних аргументативних прийомів, які несуть у собі прагматичне завдання виразити певну точку зору; комплекс мовленнєвих тактик, характерних для кожної стадії дискусії і які характеризуються властивостями полівалентності, гнучкості й варіативності, що дозволяє комунікантам оперативно й адекватно маневрувати у межах вираження й обґрунтування точки зору, необхідно трактувати як аргументативну стратегію.

Водночас зауважимо, що точку зору можна просто висловити або ще й обґрунтувати. У такому випадку, це не просто висловлення, а дискурс, поданий в тих чи інших комунікативно-прагматичних обставинах. Уявляється можливим виокремити такі варіанти вираження точки зору в процесі комунікації: висловлення точки зору без подальшого обґрунтування; висловлення точки зору з подальшим обґрунтуванням.

Як бачимо, вираження точки зору як мовленнєва дія значною мірою виявляється через систему аргументації. Презентуючи точку зору, мовець спирається на класичну схему аргументації, тобто певну логічну послідовність, зумовлену причинно-наслідковими зв'язками. О.П. Алексєєв відзначає, що для аргументаційного тексту характерна наявність двох логічних компонентів – тези аргументації та її обґрунтування [5: 37]. Подібну двочленну будову має аргументація у тлумаченні В.Ф. Беркова [7]. У працях [12–14] у композиції аргументативного тексту виділяють такі компоненти: 1) встановлення атмосфери довіри аудиторії та формулювання проблемного питання (точки зору); 2) наведення аргументів і контраргументів із залученням логічних, емоційних й етичних канонів риторики (використовуючи факти, досвід, образне мовлення, апелюючи до моральних цінностей); висловлення переваг своєї точки зору і доведень; 3) підсумок і заклик до дії. Структура аргументації, запропонована С.Е. Тулмінім (див: [5: 42–47]), містить шість взаємозв'язаних компонентів для аналізу аргументів: ствердження, дані, підґрунтя, підтримка, спростування (контраргументи), визначник. Перші три елементи розглядаються як основні компоненти практичної аргументації, тоді як останні три не завжди є необхідними. У риторичі розгортання аргументації відбувається на основі лінійно-ієрархічної послідовності висловлень, яка моделює логіко-риторичну послідовність: поняття – судження – умовивід, покладені в основу аргументативного процесу як його відповідно три складники: теза – аргумент – демонстрація і висновок [15: 133].

Ураховуючи викладене вище, вважаємо доцільним взяти за основу вираження точки зору тричленну структуру, яка охоплює початок (формулювання точки зору), основну

частину (обґрунтування точки зору шляхом наведення низки аргументів) та заключну частину (узагальнення), подану на Рис. 1.

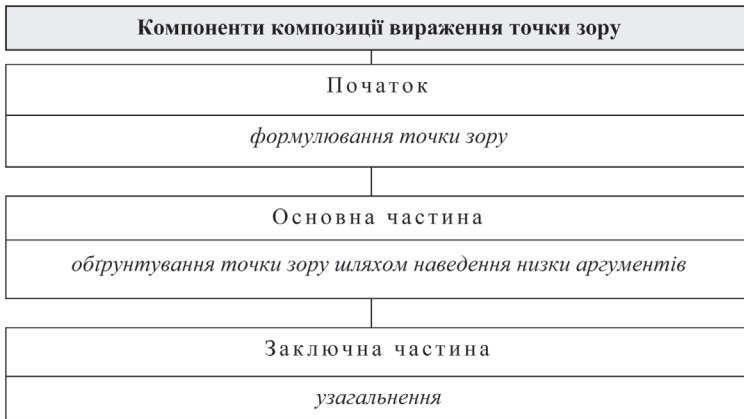


Рис. 1. Компоненти композиції вираження точки зору.

Необхідно відзначити далі, що соціально-політична аргументація є невід’ємною частиною суспільного життя, важливою характеристикою сучасного діалогу між різними партіями, політичними та ідеологічними системами, державами, що торкається питань економіки, політики, релігії, прав людини тощо і пов’язаний з формуванням нової культури політичних відносин, яка, у свою чергу, наповнена реаліями сьогодення й орієнтована на майбутнє. Обмін думками із суперечливих проблем, ґрунтовний аналіз доказів за і проти точки зору, яка висувається, – ось що важливо для політичних дискусій.

Звернемо увагу, що у нинішньому політичному дискурсі, мета якого – аргументативне переконання масового адресата у правильності висунутої мовцем точки зору, як правило, на перший план виходять проблеми, пов’язані з мовленнєвим впливом. Його конструювання є стратегічним процесом, в основі якого лежить вибір особистістю мовних засобів і мовленнєвих стратегій, що забезпечують необхідну для адресанта реакцію адресата. Серед способів мовленнєвого впливу найвагомішим впливовим потенціалом позначені стратегії аргументації – раціональне обґрунтування певної точки зору за допомогою активації соціально валідних і особистісно релевантних смислів [16]. Проте, на думку В.А. Маслової, політики не завжди звертаються до логічно пов’язаних аргументів – іноді достатньо дати зрозуміти, що точка зору, на користь якої виступає мовець, перегукується з інтересами адресата; захищаючи їх, політик може впливати на емоції та моральні цінності слухача [17: 210].

Характерною рисою аргументації в політичному дискурсі є її спрямованість на досягнення перлокутивного ефекту переконання адресата в справедливості та прийнятті певної точки зору за допомогою наведених аргументів.

Ще одне коло проблем становлять питання, пов’язані з різноманітними способами аргументування. Вони можуть відрізнятися один від одного методикою організації,

структурою та композицією, механізмом обміну аргументами і т. д. У політичному дискурсі представлені політичні промова, доповідь, діалог, дебати як види аргументування.

Однією із форм організації аргументативної діяльності політика виступає політичний діалог, який розглядається як форма комунікативної взаємодії, що здійснюється мовними засобами, має політичний зміст і спрямований на пошук політичної позиції, узгодження намірів, виявлення взаємних інтересів. Текст політичного діалогу становить аргументативний дискурс, який містить низку висловлень, висунутих на захист однієї чи кількох точок зору [18: 311].

Аргументативний дискурс парламентських дебатів, на думку А.Г. Гурочкіної [19], – це сукупність різних комунікативних дій, що послідовно розгортаються та перетинаються одна з одною, основною метою яких є обґрунтування чи спростування певної точки зору для сприйняття й адекватного розуміння її колективним реципієнтом, і в результаті – спільного вироблення та прийняття певного раціонального рішення щодо якогось факту чи явища об'єктивної дійсності.

Також зауважимо, що в аргументативному дискурсі презентація точки зору залежить від комунікативного наміру мовця і входить у структуру аргументації, яка у політичному спілкуванні може бути одиничною, коли на її підтримку висунуто лише один аргумент, та множинною, коли точка зору захищається низкою окремих і не залежних один від одного аргументів, кожен з яких є сам по собі достатнім для її обґрунтування (Рис. 2) [9]. Використання множинної аргументації чи «концентрації аргументів» [20] посилює захист точки зору та робить ефективнішим вплив на адресата.

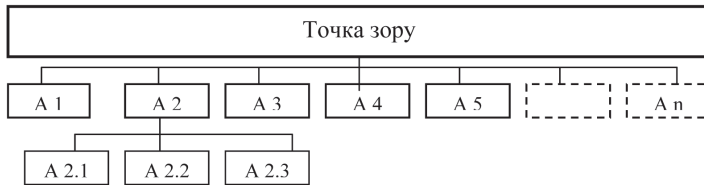


Рис. 2. Фрагмент структури множинної аргументації на захист точки зору (*A 1, A 2, A 3, A 4, A 5 ...A n* – аргументи на захист точки зору; *A 2* подано з сурядною аргументацією *A 2.1, A 2.2, A 2.3*; *A 2 + A 2.1, A 2.2, A 2.3* – підрядна аргументація щодо точки зору).

Структурно-композиційний аналіз аргументації дозволяє також виділити сурядну та підрядну аргументацію. Сурядна аргументація складається з окремих доказів, які можуть мати різну аргументативну силу, але утворити переконливу аргументацію й обґрунтувати точку зору, яка захищається, вони можуть тільки у сукупності. Підрядна аргументація характеризується тим, що для обґрунтування одних доказів наводяться інші. З'являється вона тоді, коли аргументатор вважає, що якийсь аргумент не буде прийнятий аудиторією, оскільки сам потребує захисту.

Насамкінець відзначимо, що ефективність обґрунтування точки зору залежить від низки умов: мовної та комунікативної компетентності адресанта в обговорюваних проблемах; володіння інформацією та філософсько-логічною базою (теоретична підготовка та вміння логічно мислити); знання особливостей аудиторії (велика, мала; підготовлена, не підготовлена; прихильна, байдужа, конфліктна), зокрема, її здатності до сприйняття

висловленої точки зору (нахили, потреби, інтелектуальні можливості тощо); керування власними емоціями та почуттями.

Отже, можемо зробити висновок про те, що вираження точки зору характеризується аргументативним потенціалом. Комплексне її вивчення у презентованому контексті слугуватиме теоретичною основою для дослідження особливостей просодичної актуалізації цього феномену.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики / Флорій Бацевич. – Львів : ПАІС, 2010. – 336 с.
2. Бацевич Ф. С. Точка зору і прагматика політичного тексту / Ф. С. Бацевич // Лінгвістичні дослідження : Збірник наукових праць / За заг. ред. проф. Л. А. Лисиченко. – Харків, 2007. – Вип. 22. – С. 53–62.
3. Баранов А. Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен / А. Н. Баранов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 40–52.
4. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учеб. пособие / А.Н. Баранов. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 592 с.
5. Алексеев А. П. Аргументация. Познание. Общение / Александр Петрович Алексеев. – М. : Изд-во МГУ, 1991. – 150 с.
6. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова. – К., 1997. – 311 с.
7. Берков В. Ф. Аргументация как логико-коммуникативная процедура [Електронний ресурс] / Владимир Федотович Берков // Современная логика: проблемы теории, истории и применения в науке: Материалы VII Общерос. науч. конф. – СПб. : СПб, 2002 // Режим доступа: http://argumentation.ru/2002_1/papers/1_2002p8.html#3
8. Брутян Г. А. Аргументация / Георг Абелович Брутян // Отв. ред. Э. Б. Маркарян. – Ереван : Изд-во АН АрмССР, 1984. – 105 с.
9. Eemeren F. H. van. Argumentation: an Overview of Theoretical Approaches and Research Themes [Електронний ресурс] / F. H. van Eemeren // Argumentation, Interpretation, Rhetoric. – 2000. – Issue 1. – Режим доступа: <http://www.argumentation.ru>
10. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты [Електронний ресурс] / В. С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с. // Режим доступа: http://www.tstu.ru/education/elib/pdf/2007/k_Grigoreva.pdf
11. Бардина Н. Е. Аксиологические стратегии аргументативного дискурса современного английского языка: На материалах политической риторики и социально-бытового общения : дис. ... канд. филол. наук : 10. 02. 04 / Бардина Надежда Евгеньевна. – Иркутск, 2004. – 180 с. РГБ ОД, 61:04-10/1217.
12. Волков А. А. Риторика [Електронний ресурс] / А. А. Волков // Режим доступа: <http://lib.socio.msu.ru/l/ library?>
13. Качесова И. Ю. Способы формирования аргументативной структуры текста / И. Ю. Качесова // Режим доступа: <http://e-lib.gasu.ru/konf/SocPr/2002/sp20.shtml>
14. Федорів Я. Маніпулятивна риторика: лінгвопрагматичний аналіз стратегій прихованого впливу / Ярослава Федорів // Наукові записки. Філологічні науки / Національний університет «Києво-Могилянська академія». – 2010. – Т. 111. – С. 7–10.

15. Красненко О. М. Персуазивність та науковий дискурс / О. М. Красненко // Мовні і концептуальні картини світу. – 2009. – Вип. 26. – Ч. 2. – С. 120–124.
16. Петрухина О. П. Аргументативные стратегии британского политика: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Петрухина Оксана Петровна. – Абакан, 2009. – 200 с.
17. Маслова В. А. Современные направления в лингвистике : учеб. пособие / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.
18. Третьякова Т. П. Опыт лингвистического анализа аргументации в политическом диалоге [Электронный ресурс] / Т. П. Третьякова // Коммуникация и образование : Сборник статей / Под ред. С. И. Дудника. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. – С. 299–320. – Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/texts/gathered/educomm/index.html>
19. Гурочкина А. Г. Аргументативный дискурс парламентских дебатов [Электронный ресурс] / Алла Гурочкина // Режим доступа:
20. <http://filologija.vukhf.lt/7-12/8%20Gurochkina%20new.doc>
21. Курбатов В. И. Социально-политическая аргументация (логико-методологический анализ) / В. И. Курбатов. – Ростов-на-Дону : Изд-во Ростовского ун-та, 1991. – 144 с.

УДК 811.111'44 : 811.161.2'44

Декина Т.А.
(Київ, Україна)

АНАЛІЗ ПОМИЛОК У РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ НЕБЛИЗЬКОСПОРІДНЕНИХ МОВ

У статті проводиться когнітивно-прагматичний компаративний аналіз помилок сучасної реклами на основі україномовних та англомовних рекламних текстів. Особлива увага приділена лексичним, синтаксичним, перекладацьким неточностям та помилкам, в основі яких лежать різні мовні картини світу.

Ключові слова: помилка, рекламний текст, неблизькоспоріднені мови.

В статті проводиться когнітивно-прагматический компаративний аналіз помилок сучасної реклами на основі україноязычних и англоязычных рекламных текстов. Отдельное внимание уделено лексическим, синтаксическим, переводческим неточностям и ошибкам, в основе которых лежат разные языковые картины мира.

Ключевые слова: ошибка, рекламный текст, неблизкородственные языки.

The article deals with cognitive-pragmatic comparative analysis of mistakes in modern Ukrainian and English advertisement texts. Special attention is dedicated to lexical, syntax, translation inaccuracy and mistakes based on different language world pictures.

Key words: mistake, advertisement text, not closely related languages.